

**PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF UNTUK
PRODUK FASHION DI ONLINE SHOP PADA KALANGAN
PEMUDA DESA MEDAYU SURUH SALATIGA**



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata I
Pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu**

**Oleh :
ERVIN DAMAS SULTHONI
A210160151**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF UNTUK PRODUK FASHION
DI ONLINE SHOP PADA KALANGAN PEMUDA
DESA MEDAYU SURUH SALATIGA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

ERVIN DAMAS SULTHONI

A210160151

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Dewan Penguji.

Surakarta, 31 Maret 2021
Dosen Pembimbing



Dr. Sabar Narimo, MM, M.Pd.
NIDN. 0613036301

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF UNTUK PRODUK FASHION DI ONLINE SHOP PADA MAHASISWA PENDIDIKAN AKUNTANSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Ervin Damas Sulthoni

A210160151

Telah dipertahankan di depan dewan Penguji

Pada Hari, Senin 14 April 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dosen Penguji :

1. Dr. Sabar Narimo, MM., M.Pd.

(Ketua Dewan Penguji)

()

2. Surya Jatmika, S.Pd., M.Pd.

(Anggota I Dewan Penguji)

()

3. Dr. Suranto, S.Pd., M.Pd.

(Anggota II Dewan Penguji)

()

Surakarta, Maret 2021

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M. Hum.

NIDN. 00284046501

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.



**PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF UNTUK PRODUK FASHION
DI ONLINE SHOP PADA KALANGAN PEMUDA
DESA MEDAYU SURUH SALATIGA**

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mendeskripsikan pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap perilaku Pembelian Impulsif untuk produk fashion di Online Shop pada Kalangan Pemuda Medayu Suruh Salatiga. Populasi dalam penelitian ini adalah 160 dengan sampel sebanyak 113 kalangan pemuda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Ada pengaruh signifikan literasi ekonomi terhadap pembelian impulsif dengan besarnya nilai signifikan t sebesar 0,004 dan t_{hitung} sebesar 2.980. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.980 > 1.981$) dengan SE dan SR sebesar 17.8% dan 6.7%. (2) Ada pengaruh signifikan gaya hidup terhadap pembelian impulsif dengan uji T diperoleh T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($7.152 > 1.981$) dan signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan SR sebesar 82.2% dan SE sebesar 31.1% (3) Ada pengaruh signifikan literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap pembelian impulsif berdasarkan uji regresi linear berganda pada uji F diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu sebesar ($33,405 > 3,08$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 dengan nilai koefisien determinan sebesar 37,8%.

Kata Kunci : Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Pembelian Impulsif

Abstrak

The aims of this study are : To describe the influence of economic literacy and lifestyle, both individually and collectively, on Impulsive Buying behavior for fashion products in the Online Shop among Pemuda Medayu Suruh Salatiga. The population in this study was 160 with a sample of 113 youths. The results showed that: (1) There was a significant effect of economic literacy on impulse buying with a significant value of t of 0.004 and t_{count} of 2,980. Because the value of $t_{count} > t_{table}$ ($2,980 > 1,981$) with SE and SR of 17.8% and 6.7%, respectively. (2) There is a significant effect of lifestyle on impulse buying with the T test obtained T_{count} is greater than T_{table} ($7.152 > 1.981$) and significantly less than 0.05 ($0.000 < 0.05$) with SR of 82.2% and SE of 31.1% (3) There is a significant effect of economic literacy and lifestyle on impulse buying based on multiple linear regression test in the F test, it is obtained that F_{count} is greater than F_{table} , namely ($33.405 > 3.08$) and a significant value is less than 0.05, which is 0.000 with a value of determinant coefficient of 37.8%.

Keywords: Economic Literacy, Lifestyle, Impulsive Buying

1. PENDAHULUAN

Zaman modern dimulai saat memasuki era millenium dimana ditandai oleh munculnya inovasi-inovasi di bidang telekomunikasi yang berdampak kepada semakin cepatnya laju perkembangan zaman karena globalisasi. Era globalisasi telah membawa dampak terhadap perkembangan sarana dan prasarana untuk berbelanja, masyarakat mudah untuk menjangkau produk yang diinginkan tanpa harus pergi ke luar negeri yaitu perkembangan teknologi komunikasi, dimana di Indonesia ini telah mencapai masa teknologi berbasis internet. Dengan perkembangan teknologi telekomunikasi maka bisa diartikan sebagai semakin hilangnya jarak yang memisahkan antara individu satu dengan individu yang lain. Fenomena tempat belanja *online* (olshop) ataupun ojek *online* telah merubah paradigma kita terhadap pasar atau ojek tradisional dimana perbedaan keduanya sangat jelas terlihat.

Perkembangan *smartphone* dengan segudang fitur dan aplikasinya telah merubah sistem pembelian atau bertransaksi secara manual menjadi full elektronik dengan iming-iming kemudahan dan kecepatan maka banyak orang mulai beralih dari sistem jual beli tradisional menjadi sistem online. Berbelanja melalui *online shop* juga dirasa lebih menarik karena lebih praktis tanpa mengharuskan seseorang datang ke toko dan tanpa dibatasi oleh jam operasional toko. Sehingga konsumen tanpa susah payah untuk menemukan barang-barang yang diinginkan. Dalam menggunakan online shop seorang pemuda seharusnya memiliki Literasi ekonomi yang baik, karena pada dasarnya manusia adalah makhluk ekonomi dan makhluk sosial, sehingga manusia dan ekonomi adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan untuk dapat mengatasi masalah ekonomi maupun masalah sosial.

Literasi ekonomi merupakan kemampuan untuk menggunakan konsep ekonomi dalam mengalokasikan uang (Pandey & Bhattacharya). Literasi ekonomi selama ini, akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pemuda dalam pengambilan keputusan untuk pembelian impulsif, karena semakin tinggi kemampuan literasi ekonomi pemuda maka akan dapat menurunkan tingkat perilaku pembelian impulsif. Sebaliknya, jika literasi ekonomi rendah maka tingkat pembelian impulsifnya semakin tinggi. Penelitian ini berangkat dari

masalah apakah literasi ekonomi membentuk gaya hidup milenial bagi kalangan pemuda.

Gaya hidup dalam hal ini juga mencerminkan pilihan seseorang tentang bagaimana mengalokasikan waktu dan uang dan bagaimana seseorang hidup beraktivitas sesuai dengan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya. Gaya hidup seseorang memengaruhi partisipasi dalam kelompok sosial dan hubungannya dengan orang lain (Sathush & Rajamohan, 2012; Khan et.al.2011). Banyak konsumen yang memiliki gaya pembelian impulsif bukan karena mereka membutuhkan produk. Namun untuk memiliki kesenangan yang berasal dari pembelian (Chung et.al 2015). Mereka berbelanja tanpa adanya perencanaan dan pertimbangan sebab mereka hanya berbelanja sesuai dengan keinginannya, bukan berdasarkan kebutuhan.

Pembelian impulsif merupakan fenomena psikoekonomik yang banyak melanda kehidupan masyarakat. Perilaku pembelian secara berlebihan patut dipelajari dan teliti karena dapat memiliki efek negatif pada individu dan juga masyarakat Untuk proses pembelian implusif sendiri, calon pembeli akan mengarah pada suatu produk dan melakukan pembelian secara cepat. Perilaku pembelian impulsif timbul secara tidak sadar pada saat individu melakukan kegiatan yang berkaitan dengan uang dan gaya hidup. Dalam perkembangannya mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif, dan gaya hidup konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai Individu dengan pola konsumsi berlebihan tersebut, dapat mendapatkan masalah misalnya menjadi lebih terbebani oleh utang yang dapat menyebabkan kebangkrutan (Faber, O'Guinn & Krych, 1987).

Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga sering kali berpenampilan modis dengan *fashion* yang digunakan selalu *up to date* mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Bahkan tidak sedikit dari mereka mengatakan bahwa setiap kali membuka media sosial dari *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, *line*, dan *lainya*, kebanyakan dari mereka yang pertama kali dicari adalah produk *fashion* yang lagi trend saat ini. Apabila melihat produk *fashion* yang dirasa cocok pasti tanpa berfikir panjang dan ada dorongan yang kuat untuk segera membelinya.

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat kasus ini sebagai penelitian tentang Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya hidup terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk *Fashion* di *Online Shop* pada kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk *Fashion* di *Online Shop* pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk *Fashion* di *Online Shop* pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga. Bagaimana pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk *Fashion* di *Online Shop* pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk mendeskripsikan pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk *Fashion* di *Online Shop* pada pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga.

2. METODE

Berdasarkan jenis data dan analisisnya, penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Medayu Kecamatan Suruh Salatiga. sampel dari penelitian ini sebanyak 113 pemuda dari 160 pemuda Desa Medayu. Sampel dari penelitian ini yaitu menggunakan teknik random sampling dan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak, dimana teknik analisis yang digunakan adalah anaisi regresi ganda, uji t, uji R^2 .

Uji coba dalam penelitian ini menggunakan 25 responden yang dilakukan pada pemuda Desa Medayu. Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang digunakan untuk mengetahui apakah data uji coba tersebut layak untuk digunakan. Berdasarkan dari uji validitas 10 item dinyatakan valid dikarenakan memiliki nilai rhitung rtabel dan nilai signifikansi 0,05. Dengan demikian semua item soal angket tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas terhadap angket dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS for Windows 23*. Adapun hasil Uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

. Tabel 1. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Rhitung	r(0,05;25)	Kesimpulan
Pembelian Impulsif (Y)	0.937	0,396	Reliabel
Literasi ekonomi (X1)	0.616	0,396	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0.740	0,396	Reliabel

Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item dinyatakan reliabel, dikarenakan memiliki nilai rhitung dan nilai signifikansi 0,396. Dengan demikian semua item soal angket tersebut dapat reliable dalam instrumen penelitian.

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data dari setiap variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$. Adapun ringkasan hasil uji normalitas, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.06744753
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.040
	Negative	-.033
Test Statistic		.040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas tabel diatas, metode Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu dengan nilai $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Asumsi klasik kedua adalah uji linieritas, yaitu uji yang dilakukan untuk melihat apakah setiap variabel penelitian memiliki hubungan secara linier atau tidak. Uji linier menggunakan taraf signifikansi 0,05. Adapun ringkasan hasilnya sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Pembelian Impulsif* Literasi Ekonomi	Between Groups	(Combined)	1122.462	9	124.718	1.632	.116
		Linearity	796.294	1	796.294	10.422	.002
		Deviation from Linearity	326.168	8	40.771	.534	.829
	Within Groups		7869.520	103	76.403		
	Total		8991.982	112			

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga F pada deviation from linearity untuk Literasi ekonomi memperoleh nilai sig sebesar 0,829 dan Gaya Hidup sebesar 0,636, maka hasil tersebut lebih dari 0,05. Artinya kedua data saling berhubungan secara linier dan layak dilakukan untuk penelitian.

Uji asumsi klasik yang ketiga adalah uji heteroskedastisitas, yaitu untuk mengetahui apakah model regresi terjadi kesamaan variance. Adapun ringkasan hasilnya yaitu sebagai berikut

Tabel 4. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.246	1.714		.000
	Literasi Ekonomi	-.045	.196	-.022	.820
	Gaya Hidup	-.048	.046	-.100	.299

a. Dependent Variable: RES_2

Berdasarkan dari hasil uji heterokedastisitas, didapatkan nilai signifikansi pada masing-masing variabel, yaitu variabel X1 atau variabel Literasi Ekonomi ($0,820 > 0,05$) dan variabel X2 atau variabel Gaya Hidup ($0,299 > 0,05$). Maka

dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan model regresi layak untuk dilakukan.

Uji asumsi klasik yang keempat adalah uji multikolinearitas, yaitu untuk mengetahui apakah variabel bebas yang satu dengan yang lain dalam model regresi ditemukan adanya korelasi atau tidak. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factory (VIF)*. Adapun ringkasan hasil uji tersebut sebagai berikut :

Tabel 5. Uji multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	12.977	2.852		4.549	.000			
Literasi Ekonomi	.971	.326	.226	2.980	.004	.983	1.018	
Gaya Hidup	.544	.076	.543	7.152	.000	.983	1.018	

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Impulsif

Uji multikolinearitas didapat hasil dengan nilai *tolerance* masing-masing variabel bebas bernilai $> 0,10$. Dan berdasarkan nilai VIF pada masing-masing variabel bebas bernilai < 10 . Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas dan model regresi dapat dan layak dilakukan karena nilai VIF sebesar 1.018 dan Tolerance sebesar 0.983 yang artinya data penelitian tersebut bebas multi atau tidak ada korelasi yang signifikan antar setiap variabel bebas dalam penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.977	2.852		4.549	.000
Literasi Ekonomi	.971	.326	.226	2.980	.004
Gaya Hidup	.544	.076	.543	7.152	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Impulsif

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Pada tabel tersebut didapat persamaan regresi linier berganda dengan dua variabel bebas yaitu sebagai berikut.

$$Y = 12.977 + 0,971 X_1 + 0,544 X_2 \quad (1)$$

Dari hasil persamaan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) yaitu 12.977 yang berarti jika literasi ekonomi dan gaya hidup nilainya adalah 0, maka pembelian impulsif untuk produk fashion di online shop akan mengalami peningkatan sebesar 12.977.
- b. Nilai koefisien variabel literasi ekonomi (X1) bernilai negatif yaitu sebesar 0,971. Arah regresi negatif berarti terjadi pengaruh negatif variabel literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion*. Dimana setiap kenaikan 1 (satu) point pada nilai X1 (Literasi Ekonomi) nilai Y (Pembelian Impulsif) akan menurun sebesar 0.971.
- c. Nilai koefisien variabel gaya hidup (X2) bernilai positif sebesar 0,544 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan gaya hidup, maka akan terjadi juga peningkatan sebesar 0,544 pada perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion*.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Pembelian impulsif untuk Produk *Fashion* di *Online Shop* di Desa Medayu Suruh Salatiga

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* di *online shop* pada pemuda Desa Medayu. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya nilai signifikan t sebesar 0,004 dan thitung sebesar 2.980. Karena nilai thitung > tabel (2.980 > 1.981) dengan SE dan SR sebesar 17.8% dan 6.7%. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan Literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* di *online shop* pada kalangan pemuda Medayu Suruh Salatiga.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sholihat dan Arnasik (2012:12) yang menyatakan literasi ekonomi berpengaruh terhadap pembelian impulsif mahasiswa sebesar 9,8%. Menunjukkan bahwa pembelian

impulsif dipengaruhi oleh seberapa tinggi tingkat literasi ekonomi, semakin tinggi tingkat literasi ekonomi maka akan semakin rasional pembelian impulsif mahasiswa, dan sebaliknya. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Kanserina (2015:8) juga mendukung hasil penelitian ini, menyatakan literasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap pembelian konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar -2,470.

3.2.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Konsumtif untuk Produk *Fashion* di *online shop*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* di *online shop* pada kalangan pemuda Medayu Suruh Salatiga. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya nilai signifikan t sebesar 0,000 dan t_{hitung} sebesar 7.152. Karena nilai signifikansi $t < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.152 > 1,981$) Sumbangan relatif sebesar 82.2% dan sumbangan efektif sebesar 31.1%, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* di *online shop* pada kalangan pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga.

Hasil Penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melina dan Wulanda (2018:151) yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku impulsif konsumtif pada Mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko dengan nilai t_{hitung} 3,857 (Sig 0,000 < 0,05), menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku impulsif konsumtif.

3.2.3 Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk *Fashion* di *online shop*

Literasi ekonomi dan gaya hidup secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* di *online shop* pada kalangan pemuda Medayu Suruh Salatiga. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 33,405 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Karena nilai sig. $F < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($33,405 > 3,08$) maka hal ini berarti bahwa literasi ekonomi dan gaya

hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* di *online shop* pada kalangan pemuda Medayu Suruh Salatiga.

Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai pada *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,696 atau $0,696 \times 100 = 69,6\%$. Jadi dapat dikatakan bahwa 69,6% perilaku pembelian impulsif dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan gaya hidup. Sedangkan sisanya sebesar 30,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan teori perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah (1) faktor kebudayaan : kebudayaan, sub budaya, kelas sosial, (2) faktor pribadi : umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, (3) faktor psikologis : motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan diri dan sikap, (4) faktor sosial : kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* di *online shop* sebesar 69,6%. Dengan demikian 30,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang telah disebutkan dan tidak diteliti dalam penelitian.

4. PENUTUP

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu ada pengaruh signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* di *online shop* pada kalangan pemuda dapat diterima. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji analisis uji analisis regresi linear berganda pada uji T diperoleh T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} yaitu 2.980 lebih besar dari 1.981 dan signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,004 dengan SE dan SR sebesar 17.8% dan 6.7% berarti tinggi atau rendahnya tingkat literasi ekonomi kalangan pemuda akan mempengaruhi dalam perilaku pembelian impulsif. Dengan demikian, semakin tinggi literasi ekonomi kalangan pemuda Medayu Suruh Salatiga, maka semakin rendah perilaku pembelian impulsif yang dilakukan begitupun sebaliknya semakin rendah literasi ekonomi kalangan

pemuda, maka semakin tinggi perilaku pembelian impulsif yang dilakukan.

Ada pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk fashion di online shop pada kalangan pemuda dapat diterima. Hal ini berdasarkan uji analisis regresi linear berganda pada uji T diperoleh T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($7.152 > 1.981$) dan signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan sumbangan relatif sebesar 82.2% dan sumbangan efektif sebesar 31.1%, berarti semakin tinggi tingkat konsumtif dari gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku pembelian impulsif.

Ada pengaruh yang signifikan antara X1 dan X2 terhadap Y dapat diterima. Hal ini ditunjukkan berdasarkan uji regresi linear berganda pada uji F diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu sebesar ($33,405 > 3,08$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 dengan nilai koefisien determinan sebesar 37,8%.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreani, D. and Suciarto A., S., 2020. Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi) Pada Toko Belanja Online Shopee. *JEMAP*. 3(1), pp.36-38.
- Azwar, Syaifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007.
- Dawson, Sandy, dan Minjeong Kim. (2009). Cues on Apparel Websites that Trigger Impulse Purchases, *Journal of Fashion Marketing and Management*.
- Efendi, R., Indartono, S. and Sukidjo, S., 2019. The Mediation of Economic Literacy on The Effect of Self Control on Impulsive Buying Behavior Moderated by Peers. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(3), pp.98-104.
- Fika Ariani dan Sumaryono. 2008. Pembelian Impulsif Ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*. Vol.3 No.1. hlm. 46-57.
- Gültekin, B., dan Özer L., (2012), The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying, *Journal of Economics and Behavioral Studies, Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol. 4, No. 3, Maret: (ISSN: 2220- 6140).

- Hasibuan, Rea Dinda Aulia., Fitrawaty. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi Universitas negeri Medan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*. 6(7), 21-23.
- Hastuti, S., & Mira Yuliana Padmawati., Harsono. (2019). Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup. *Seminar Nasional Pendidikan Pengembangan Kualitas Pembelajaran Era Generasi Milenial 2019*, 86-91.
- Larasati, D. (2018). Globalization on Culture and Identity: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*. 11(1), 109.
- Muliana, SM., SD Utami., Suranto (2018). Analisis Perilaku Konsumtif Anak Kos Pada Mahasiswa UMS. *Naskah Publikasi*. 1-7
- Nur Solihat, A. and Arnasik, S., 2018. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 11(1), 1-3.
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan KOontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion di Online Shop pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. 9(1), 98.
- Rahmadi, Indra. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Muslim terhadap Adopsi Smartphone Apple." *Jurnal Jestt*, Vol. 2 No. 3 (Mei, 2015), 198.
- Rozaini, N., & Ginting, B. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashiomn. *Niagawan*, 8(1), 1.
- Syahputra, Aidil. Mukhlis Yunus dan Mahdani. 2017. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Materialisme, dan Pendapatan Terhadap Shopping Lifestyle serta Dampaknya pada Pembelian Impulsif Online Produk Fashion pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. 11(3), 67-68.
- Tania Varerina. 2010. Perilaku Pembelian Impulsif Produk Pakaian Masyarakat Urban di Kota Jakarta dan Bandung. *Tesis*. Jakarta: Universitas Indonesia.